

# 短剧出海意外走红 多方入场争夺商机

■ 本报记者 张伟伦

近期,真人短剧软件ReelShort在美国App Store冲上iOS娱乐榜前列,也跻身AppSparkle多个国家娱乐类应用使用排行榜的Top20榜单,截至记者发稿时,其排名依旧保持上升趋势。ReelShort爆火背后显示的是今年以来中国文创产业的一个新趋势——短剧出海成为炙手可热的新赛道。受访的业内人士认为,社交媒体平台上的短视频内容过去几年迅速成长,不过整体而言,短剧这个细分门类在海外市场仍处于早期阶段。一方面国内短剧出海大有可为,另一方面文创产业也面临海外市场竞争加剧和知识产权侵权风险。因此短剧出海离不开企业创新研发、技术支持和营销策略。

## 国内市场的“外溢”效应

短剧对于国内受众而言,并不陌生。这种具有短小精悍、情节紧凑等特点的新兴影视形式,近年来在我国逐渐兴起,并成为我国影视产业的一股新势力。其涵盖的题材包括喜剧、悬疑、爱情、科幻等,满足了不同类型受众的需求。此外,相较于传统影视剧,短剧的制作成本较低,周期短,因而往往可以被迅速制作完成并上线,适应了市场变化需求。在移动端盛行的当下,短剧更有利于占据受众的“碎片”时间,成为人们消磨时间的“方式”。

凭借快节奏、高密度、强情绪等叙事特点的短剧,已经成为国内网络影视领域的“新宠”。值得注意的是,2022年上半年,短剧赛道还出现了每集时长1至2分钟、每部80至100集的“小程序短剧”,植入微信小程序、抖音、快手等APP,用户点击跳转小程序,通过充值付费观看。

近两年,短剧行业发展迅猛,数量迎来井喷式增长。根据《2023中国网络视听发展研究报告》,2022年上半年微短剧备案数暴涨至2800多部。另据第三方数据挖掘和分析机构艾媒咨询最新发布的《2023—2024年中国微短剧市场研究报告》显示,2023年中国网络微短剧市场规模为373.9亿元,同比增长267.65%。今年第三季度,国内网络微短剧发行量达150部,接近2022年全年总和的2倍。报告预计,2027年中国网络微短剧市场规模将超1000亿元。

追捧态势并没有止于国界。记者观察到,今年以来,在国内火热一时的“短剧配方”也开始在海外落地,尽管其不断地反转,经典的人设、玛丽苏剧情等对于国内受众来说并不陌生,甚至有些老套,但很多以“少年逆袭”“狼人追我”等为主题的短剧依旧迅速吸引了外国观众的目光。

“这种现象的出现,符合、顺应了观众需求和时代的发展,跨文化语境下的受众共鸣也给短剧出海提供了广阔市场。”一位短剧编导透露,由于准入门槛低,国内受成本、流量等因素影响,行业竞争日益加剧,而海外市场存在一定的红利空间,而且对剧本内容的限制也相对较少。

## 产业链上的各种商机

多位国内影视制作相关从业者

表示,今年以来各类公司都在上门主动沟通出海短剧事宜。其中包括国内的小程序分销商、长视频平台、影视公司、网文平台、社交平台、游戏厂商等。就他们规划的出海目的地而言,北美市场正在成为新的必争之地,东南亚和中东地区也成为不少玩家试图开发的热土。

从内容生产端来看,微短剧拍摄制作方通过购买内容IP或原创剧本方式完成拍摄后,将微短剧内容提供给版权商,而后通过流量分发、内容社区等平台方式触达C端用户。该过程中,用户往往需要通过观看广告解锁后续内容,或充值消耗平台点数进行单集付费;微短剧提供方则通过广告植入、平台会员订阅,甚至爆款微短剧主演直播带货等形式进行变现。

此外,随着短剧企业出海,产业链中游的技术服务商也密切关注这一赛道。网宿科技CDN产品总监王文滨近日在接受记者采访时表示,短剧出海尚处于萌芽阶段,短剧

公司除了面临内容本土化、同质化问题,也面临技术上的瓶颈,包括如何搭建平台、保护内容版权以及保障用户体验等,都是短剧公司必须直面的问题。

王文滨介绍,网宿科技贴合短剧出海企业的业务场景与需求,提供了短剧出海行业解决方案,旨在一站式解决上传、分发、媒体处理、视频播放、版权保护等难题,帮助短剧企业掘金百亿赛道。此外,网宿在东南亚、欧美、中东等地区拥有丰富的节点线路资源,也能支持在复杂网络环境下构建快速、稳定、安全的短剧分发加速平台,为全球用户提供一致、流畅的观剧体验。

技术赋能越来越成为了当下短剧出海的重要方面。“针对短剧行业的严重盗版问题,我们还希望能为从业者提供全网防护体系,从内容文件层、分发传输层到用户观看层构建三大层级的立体防护,帮助短剧企业降低版权视频外泄风险,避免经济损失。”王文滨说。

## 中国纺织制造产业 贸易规模稳居世界首位

■ 武一力

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲12月19日在与会与湖北省人民政府共同主办的2023年中国纺织大会上表示,中国纺织制造产业贸易规模稳居世界首位,并加速由中国制造向中国创造、中国速度向中国质量、中国产品向中国品牌转变。

据中国纺织工业联合会数据,2013年至2022年,中国纤维加工总量从4850万吨提升到超6000万吨,占世界纤维加工总量50%以上。2020年至2022年,中国纺织服装出口总额连续三年保持在3000亿美元以上,对世界纺织品服装出口总额增长贡献率超过50%。

此外,中国纺织行业还积极融入共建“一带一路”。过去十年,中国纺织业对共建“一带一路”国家直接投资金额达60亿美元,约占行业对全球投资比重的50%。

孙瑞哲认为,中国纺织产业正聚焦科技、时尚、绿色转型发展,进入“领跑、并跑、领跑”并存阶段,数字技术与先进制造深度融合。同时,行业在低碳转型、防治污染、资源综合利用、绿色制造体系建设等方面成效明显。2022年,中国循环再利用化纤产量超过500万吨。

同时,中国纺织品牌国际化、企业集约化步伐也正在加快,形成柯桥、盛泽、常熟、虎门、海宁等具有世界影响力的千亿级产业集群,行业专精特新“小巨人”企业、隐形冠军企业大量涌现。

“数实融合成为新型工业化最明显的时代特征。”谈及未来发展,孙瑞哲表示,中国纺织产业要发掘数据价值,关注规则变化,融入绿色经济,立足文化自信,推动全行业高质量发展。



进入冬季以来,吉林省四平市多家农用机械生产企业利用农闲空档抢抓生产,保障明年旺季市场订单,全力满足春耕备播需求。图为在当地一家农用机械生产企业,工作人员在车间内进行生产作业。新华社记者 许畅 摄

## “一带一路”合作改变全球粮食供应格局

今年是“一带一路”倡议提出十周年。粮食作为我国构建对外开放新格局的重要抓手和发力点,是“一带一路”建设的重要支撑。近日,“一带一路”现代农业和粮食安全发展合作高峰论坛召开。会议围绕“一带一路”倡议,总结粮食行业经验与成就,探讨如何更加积极投身开放战略,携手为服务共建“一带一路”高质量发展贡献力量。

十年来,我国与共建“一带一路”国家、国际组织积极建立粮农合作机制,在有需要的国家和地区开展粮农投资,参与全球粮食资源配置,促进粮食物流互联互通,加强贸易往来,推动技术交流,深化产业协作,为提高全球粮食安全水平、改善全球营养状况贡献了中国智慧和力量。

广大粮油企业积极融入国家

“一带一路”建设,加速粮油“引进来”“走出去”步伐,拓展多元化的粮食来源市场,赢得了更多的发展机会,取得了骄人的成绩,改变了全球粮食产业链、价值链、供应链格局,为保障世界粮食安全作出了重大贡献。中粮集团同50多个国家开展粮农业务,形成了遍及主产区 and 主销区的农产品贸易物流网络。厦门象屿集团在全球设立近10家境外分支机构,全面提升整合利用全球资源、保障产业链供应链稳定畅通的能力。西安爱菊集团建成了“哈萨克斯坦北哈州、新疆阿拉山口、陕西西安”三位一体跨国大物流、大加工的全产业链“闭环”供应链体系。

我国粮机装备制造迅猛发展,自主研发能力和制造水平不断提升,达到国际先进水平。随着“一

带一路”倡议的实施,我国粮机装备企业“走出去”步伐逐渐加快,国际化程度越来越高。安徽捷讯作为全球技术领先的智能分选解决方案提供商,覆盖了100多个国家和地区。河北华乐等一批粮机整机企业加强技术创新,成功打造出中国粮机装备品牌。江苏丰尚产品销往全球,共建“一带一路”国家占其外贸市场份额的50%左右。

尽管我国企业在共建“一带一路”国家和地区开展农业合作具有重要意义,但这些国家和地区的投资环境比较复杂,企业“出海”难免会遇到各种“水土不服”的问题。如不熟悉相关法律法规、不了解相关配额管理政策、不熟悉检验检疫有关要求,缺乏整体的信息支撑。为了减少在当地农业投资经营中的风险,“走

出去”农业企业和当地的侨资企业、合作伙伴等,可以协同发展,形成合力,组建联合体,形成优势互补。企业“抱团出海”要与国家有关部门对“一带一路”基础设施、资源开发等方面的投资有效结合,密切合作,形成良性的互利共赢局面。

民间组织是推动经济社会发展、参与国际合作和全球治理的重要力量。十年来,中国粮食行业协会通过搭建供应链合作平台、打造国际品牌展会以及推进国际交流合作等活动,助力“一带一路”建设行稳致远。中国粮食行业协会副会长兼秘书长任智表示,协会将继续与各共建国家粮农组织协会、商会加强交流,促进务实贸易和投资合作,推动共建“一带一路”国家企业加强合作,互利共赢。(刘慧)

## 苹果公司在印度生产 潜在影响值得留意

■ 本报记者 刘国民

知情人士称,日前苹果公司已通知供应商,倾向于从印度工厂采购iPhone 16的电池。据悉,苹果鼓励电池制造商在印度建新厂,某企业已被要求扩大在印度的生产,以满足未来订单需求。

出现上述现象的原因,中国社科院亚太与全球战略研究院助理研究员田光强在接受《中国贸易报》记者采访时分析认为,第一是经济因素。随着中国劳动力成本上升、环保要求日益严格等,苹果的生产成本有所增加,而印度作为经济发展速度较快的新兴国家,劳动力成本比较低,发展潜力比较大,苹果公司的获利空间大一些,苹果公司具有提前布局印度市场的考量。第二是产业链的因素。受西方国家的炒作、经济民族主义甚嚣尘上等因素影响,一些企业觉得将部分生产环节搬到印度这种所谓对西方友好的国家,能够保障自身的产业链和供应链安全。第三是西方国家经济安全化的因素。为了应对大国战略竞争,西方国家希望西方的高科技公司能够减少投资或撤离中国,阻碍中国高技术的发展。第四是来自美国国内的压力。作为美国企业,苹果公司必然会受到美国国内舆论和政府政策的影响。

谈及此事的影响,田光强认为,这会对中国的就业产生一些影响,一些西方企业转战印度和东南亚,也会影响全球产业链供应链布局。但这里面有一个关键问题是,印度是否有能力承接苹果公司的生产、供应环节。这也是影响西方企业是否考虑转战印度的重要因素。

田光强进一步提到,印度具有一定优势,比如英语普及率较高、信息产业发达、市场潜力大,存在大量廉价的劳动力等,但是这些优势的发挥需要一定的时间和条件,而印度在这方面还没做好准备。由于受到根深蒂固的利益集团阻挠,印度的经济改革已陷入到停滞状态,难以实现根本性、结构性、长远性的改革。其人口素质还需提升,才能转化为优质的人力资本。基础设施一直以来都是印度的短板。再加上印度虽大力发展IT行业,但工业却空心化,这一局面短期内改变不了。基于这些制约因素,印度可能会在西方产业转移过程中,承接部分低端的劳动密集型产业,但是难以在此过程中成为全球产业新的集结点,更难以实现产业升级、技术提升、经济转型,仍将处于产业链的中低端。

在这种背景下,中企如何应对显得尤为重要。在田光强看来,中企一方面应提升自身在产业链中的位置,向上游进军,做到人有我优;另一方面由于高科技和新兴产业将是决定经济的重要力量,因此中企应发展出独创性、先进性的高科技,做到人无我有,才能决胜未来。“苹果电池将部分生产环节转移到印度,更是提醒我们要深化经济改革,深化产业发展模式转型,摆脱对西方的技术依赖,创造出自己的高技术。”田光强说。

## 推进标准化护航网络消费

数字经济在为消费者带来便利、快捷的同时,也出现了一些不尽如人意的地方,如何构建数字经济模式运行秩序和管控成效标准化体系显得尤为重要。在日前举办的互联网标准创新和消费者权益保护座谈会上,与会专家纷纷表示,要用标准为网络消费保驾护航。

中国标准化协会首席专家马贺喜指出,标准在约束、助推、支撑产业发展和服务产业升级中发挥着十分重要的作用。在数字经济时代,特别是在移动互联网和短视频直播营销的风潮下,普及标准常识、强化标准规范,在商品流通和终端消费中的作用至关重要。

在中国标准化研究院高新技术标准化研究所博士孙兆洋看来,互联网领域的运行原理已经与原有的经济运行原理不同。相比于以往相对单一的交易关系,网络消费中的平台、商家、监管者、消费者之间产生了复杂的交互关系,因此就会造成对主体行为进行定性的困难。“由于消费者处于技术包裹下的弱势地位,就产生了取证难、维权难等问题。”孙兆洋认为,这一方面需要法律法规的规范,另一

方面需要标准进行支撑。

作为市场监管、产业发展的重要手段和工具,特别是在新兴技术领域,标准的作用越来越重要。在数字领域、信息安全、个人隐私保护等方面,很多国家也对标准化越来越重视,推出了专门的国家标准化战略,在相关领域推进标准化工作。

如本月初,市场监管总局(国家标准委)批准发布一批重要国家标准,涉及生产生活、公共安全等多个领域,在推动产业发展、促进质量提升、改善生活品质、防范化解风险等方面发挥积极作用,令我国特色标准化管理体制更加完善。

北京市消费者协会副秘书长吴海璐建议,要对互联网行业乱象进行细化分析,立法立规进行约束,健全法制、完善标准,明确网络行为的认定和处罚标准;完善监管体系,针对消费者权益保护的关键节点制定更加详细具体的保护规则;加强行业自律,推进行业组织标准化、机构化,加强行业引导,倡导互联网企业采取更严谨的技术手段保护消费者的合法权益和信息安全。(穆青风)

## 江苏“新三样”出口持续火热

■ 本报记者 刘禹松

《中国贸易报》记者日前从南京海关获悉,作为当前火热的“新三样”,电动载人汽车、锂离子电池、太阳能电池产品已经成为江苏外贸出口的“香饽饽”。

据南京海关统计,今年前11个月,江苏省“新三样”产品合计出口额1819.8亿元人民币,同比增长14.5%。其中,新能源汽车“出海”势头保持强劲。

今年前11个月,江苏电动载人汽车出口额97.4亿元,同比增长321.6%。12月11日,南京汽车集团有限公司向南京海关所属金陵海关以一体化通关方式申报出口3辆全新名爵MG新能源汽车。

而在苏州工业园区,一辆辆准备出口南非的海格牌电动型客车也已整装待发。“得益于通关一体化和无纸化报关等便利举措,我们公司出口客车的通关效率明显提高了,对外业务也一直保持增长。”该公司商务经理李进岭介绍,今年1月至11月,该公司新能源汽车产品出口额达14.36亿元,同比增长37.28%。

国际市场对新能源汽车的旺盛需求,也带动了锂离子电池出口

增长。南京海关发布的数据显示,今年前11个月,江苏锂离子电池出口额856.6亿元,同比增长32.3%。

在常熟,苏州新能源科技有限公司生产车间,一派繁忙景象,全自动机械手臂精准配合,一枚枚电芯流畅进入包装程序。该公司外贸副经理陈欢介绍,“今年1月至11月,我们锂离子电池出口额4.5亿元,同比增长2.08倍。”

在江阴,联动天翼新能源有限公司生产车间同样一片火热。“今年以来,绿色能源市场发展势头良好。临近寒冬,锂电池等新能源储能产品更是受到欧洲市场的欢迎。”该公司负责人徐丽华介绍,今年在江阴海关的政策宣贯和指导下,公司抓住机遇,逐步了解、修正出口锂电池包装、报关等问题,开始小批量出口,基本上当天报检当天就能顺利拿到海关证书。

此外,位于盐城中韩产业园内的天合光能有限公司生产的太阳能电池和光伏组件,也是外贸“新三样”中炙手可热的出口产品。面对火热的“新三样”出口,江

苏省内各地海关也在想方设法地为辖区企业提供支持。

金陵海关驻江北办事处副主任康政介绍:“今年前11个月我们共查验5348辆新能源汽车。为了保障新能源汽车出口‘管得住、通得快’,我们主动与属地企业对接,调研企业进出口贸易、物流计划、出口车型配置等,采用‘属地申报、口岸验放’的全国通关一体化模式满足企业属地通关的业务需求。”

货物通关速度和生产交付能力成为锂电池生产企业抢占海外市场的关键词。为此,常熟海关靠前服务,积极帮助企业提升通关效率,在严格实施检验检疫,确认包装的适用性和使用方法符合技术性标准要求,保障危险货物运输安全的

同时,优化出口检验模式,推出“预约查验、即到即验、分级管理”服务包,帮助企业压缩物流成本、缩短交货周期。

为保障日益增长的“新三样”产品出口快速通关,盐城海关“一对一”服务辖区光伏企业,对主要出口国家及地区的技术性贸易措施和对策进行研究,帮助企业掌握国际市场动态。大力开展RCEP等自贸协定政策宣讲和原产地证申报规范解读,支持光伏企业享受关税优惠。

南京海关相关负责人表示,“新三样”不仅是江苏省出口新的增长点,也是外贸提质升级的生动注脚。“下一步,南京海关将进一步发挥职能作用,为‘新三样’走向国际市场贡献海关力量。”

服务四海 诚信天下

中国专利代理(香港)有限公司  
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.  
www.cpahkltd.com